

PENINGKATAN KUALITAS PRODUK TERASI PADA USAHA KELOMPOK POKLAHSAR DI KECAMATAN PUGER UNTUK MENDORONG PENGEMBANGAN PEMASARANNYA

[CONDIMENT PRODUCT QUALITY IMPROVEMENT IN BUSINESS GROUPS IN DISTRICT PUGER POKLAHSAR TO ENCOURAGE DEVELOPMENT MARKETING]

Hari Rujito¹⁾, Sutardjo²⁾, Taslim²⁾, Arkan²⁾, dan Suharjono¹⁾

¹⁾ Program Pascasarjana Agribisnis Politeknik Negeri Jember

²⁾ Mahasiswa Pascasarjana Agribisnis Politeknik Negeri Jember

Email: sutardjo.mbipb.polije@gmail.com

ABSTRAK

Terasi Puger dikenal sebagai produk yang sangat lezat dan populer, tetapi pemasaran produk ini masih terbatas di pasar tradisional saja dan kurang mampu menembus pasar modern (Super market). Hal ini terjadi karena kurang standar desain kemasan, menghemat daya tahan dan bau yang kuat yang membuat Terasi Puger tidak dapat ditampilkan dan dijual di pasar modern. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui desain yang paling sesuai dan kinerja produk Terasi Puger untuk pengembangan pemasaran, sehingga perlu pendekatan model Fungsi Deployment Kualitas. Analisis data menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP) dan teknik Quality Function Deployment (QFD). Hasil penelitian ini menunjukkan kriteria kebijakan yang diyakini sebagai yang paling penting adalah peningkatan pendapatan dari 0,731 nilai bobot dan strategi pemasaran yang lebih luas sebagai alternatif kebijakan yang mempengaruhi sebagian besar untuk 0,518 nilai bobot. Untuk kebutuhan konsumen dari produk terasi shrimp kelompok Poklahsar yang perlu perbaikan adalah Aroma, ukuran, kemasan, komposisi, tanggal kadaluarsa, Kesiapan (Maturity), Kesehatan Label (P.IRT) dan Ease Acquire. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut; kriteria kebijakan yang paling cocok dari Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah peningkatan pendapatan, yang paling cocok strategi kebijakan alternatif strategi pemasaran untuk pasar asrama, desain yang paling sesuai adalah dengan meningkatkan berat badan dengan 4,5 gram, sebuah kemasan kompak dan label kemasan dengan tanggal kadaluarsa dan label kesehatan (P.IRT), dan pertunjukan yang paling cocok yang baik terasa udang, baik aroma (tidak tajam), bahan warna natural, harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, bahan-bahan yang tercantum dalam paket, dan mudah dalam memperoleh produk dan memperluas distribusi ke pasar yang lebih luas.

Kata Kunci : Terasi Puger, kelompok Poklahsar, pengembangan pemasaran.

ABSTRACT

Terasi Puger is known as a very tasty and popular product, but the marketing of this product is still limited on traditional market only and less able to penetrate the modern market (Super market). This is happened because of the less standard of packaging design, durability saving and its strong smell which make Terasi Puger cannot be displayed and sold in modern market. The objective of this research is to know the most suitable design and performance of Terasi Puger product for the development of its marketing, so it needs Quality Function Deployment model approach. The data analysis is using Analytical Hierarchy Process (AHP) and Quality Function Deployment (QFD) technique. The result of this research indicates the policy criteria which is believed as the most important is revenue enhancement of 0.731 weight value and a wider marketing strategy as the alternative policy which is influencing most to 0.518 weight value. For the consumer requirement of shrimp terasi product of Poklahsar group which need an improvement are Aroma, size, packaging, composition, Expired date, Readiness (Maturity), Health Label (P.IRT) and Ease Acquire. The conclusion of this research are as follows; the most suitable policy criteria of the Analytical Hierarchy Process (AHP) is revenue enhancement, the most suitable alternative policy strategy is marketing strategy for the boarder market, the most suitable design is by increasing the weight by 4.5 gram, a compact packaging and labeling the packaging with expired date and health label (P.IRT), and the most suitable performances are a well tasted of shrimp, good aroma (not acrid), natural color ingredient, the price according to the quality offered, the ingredients are listed in the package, and easy in obtaining the product and expanding its distribution to the wider market.

Keywords: Terasi Puger, Poklahsar Group, development marketing.

PENDAHULUAN

Sektor perikanan memegang peranan penting dalam perekonomian nasional terutama dalam penyediaan lapangan kerja, sumber pendapatan bagi nelayan/petani ikan, sumber protein hewani yang bernilai gizi tinggi, serta sumber devisa yang sangat potensial. Indonesia merupakan negara maritim dengan sumber daya perikanan yang sangat melimpah, berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (2014). Produk Domestik Bruto (PDB) pada sub sektor perikanan merupakan sub sektor kedua terbesar kontribusi PDB Indonesia pada sub sektor pertanian. Kontribusi sebesar 22.26% yang merupakan peranan sektor perikanan yang bersumber dari perikanan tangkap dan perikanan budidaya. (Sumber data: Jember Dalam Angka 2014).

Data jumlah produksi ikan laut di kawasan pantai jember pada tahun 2014 sebesar 7,565.30 ton, untuk jenis bahan baku udang rebon sendiri mencapai 68.60 ton, produksi pengolahan terasi sebanyak 53.600 Kg. Dengan harga jual terasi Puger produksi ibu-ibu mencapai Rp 80.000-100.000 per kilogram, dalam satu bulan rata-rata per anggota dapat menjual satu kuintal terasi. Dengan 33 jumlah unit usaha. (Sumber data: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten Jember 2014).

Terasi Puger dikenal di Jawa Timur dan sangat diminati masyarakat, namun meskipun sangat diminati masyarakat tidak semua terasi Puger mempunyai kualitas sama dan hingga saat ini produk terasi Puger masih sulit memasuki pasar modern (*super market*) sehingga konektivitas dan aksesabilitas pemasarannya masih terbatas. Dari hasil observasi yang dilakukan di indomaret, alfamart, Carrefour dan matahari yang ada di daerah jember sendiri tidak terdapat penjualan produk terasi puger karena terjadi lemahnya konektivitas dan aksesabilitas produk terasi puger ke pasar yang lebih modern (*super market*) atau ke pasar di daerah yang secara geografis lebih jauh dari jember.

Untuk meningkatkan persaingan antar perusahaan pesaing, maka perusahaan dituntut untuk bekerja keras dan melaksanakan kegiatan perusahaan secara efisien demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan maka perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dalam persaingan bisnis, salah satu strategi yang harus dipikirkan adalah strategi pemasaran atau bauran pemasaran yang tepat. (Angipora, 2002).

Oleh karena itu dalam rangka mengembangkan pemasaran produk terasi puger khususnya masyarakat di desa puger maka diperlukan suatu penelitian untuk memperbaiki desain dan performa produk terasi puger agar konektivitas dan aksesabilitas pemasarannya menjadi lebih luas. Dengan demikian diharapkan usaha produk terasi masyarakat puger khususnya menjadi berkembang baik sehingga meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat di pesisir pantai puger. Sehingga industri pengolahan terasi puger yang ada dituntut terus

bersaing dan mampu menarik minat konsumen untuk membeli. Salah satu indikator yang paling penting dalam pengambilan keputusan untuk membeli produk terasi puger bagi konsumen adalah kualitas dari produk tersebut.

Dari fenomena yang ada maka untuk mengetahui dan meningkatkan kualitas produk terasi pada usaha kelompok poklaksar perlu dikaji dan dianalisis pengembangan pemasaran produk terasi puger kelompok poklaksar di desa puger kabupaten jember dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD) dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP), sehingga Usaha Terasi Kelompok Poklaksar di Kecamatan Puger dapat memproduksi produk sesuai keinginan konsumen dan meningkatkan keberdayaan ekonomi masyarakat di pesisir pantai puger.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kriteria kebijakan dan strategi alternatif kebijakan dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang paling sesuai untuk pengembangan usaha produk terasi kelompok poklaksar, untuk mengetahui desain dan performa yang paling sesuai untuk pengembangan pemasaran produk terasi kelompok poklaksar.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini bertempat di Usaha Kelompok Poklaksar di Kecamatan Puger di jalan pantai Puger Kulon Kecamatan Puger Kabupaten Jember. Pemilihan lokasi tersebut ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*) yaitu prosedur yang dilakukan untuk memilih contoh berdasarkan pertimbangan tentang beberapa karakteristik yang sesuai dengan anggota contoh yang diperlukan untuk menjawab tujuan penelitiannya (Juanda 2009). Usaha Kelompok Poklaksar di Kecamatan Puger merupakan usaha yang sedang terus melakukan pengembangan dan perbaikan kualitas produk. Pemilihan *competitor*, berdasarkan musyawarah dengan pihak pengusaha terasi puger dan para *expert*, yaitu terasi Puger Mita Jaya, ABC dan Mama Suka yang merupakan usaha sejenis, dengan skala usaha dan pangsa pasar yang sangat luas. Penelitian dilaksanakan dimulai bulan Desember sampai dengan Maret 2016.

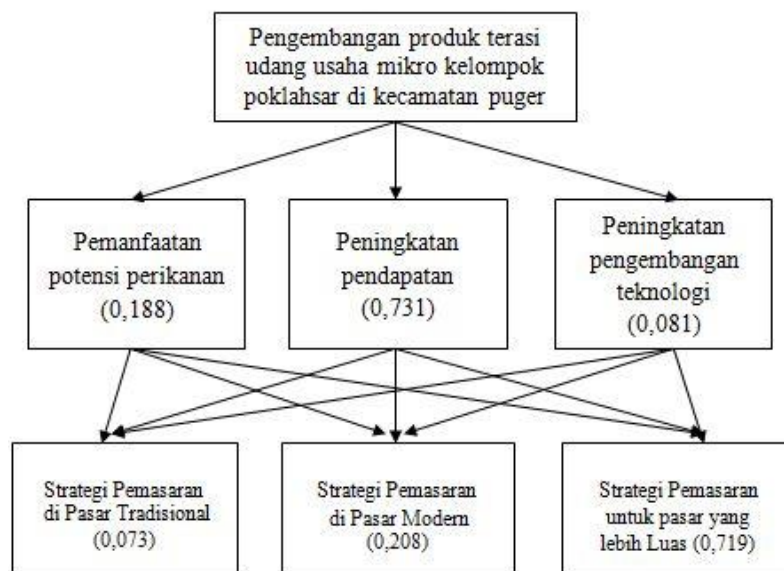
Dalam penelitian ini yang merupakan populasi adalah orang-orang yang berkunjung ke usaha terasi udang kelompok poklaksar dan pasar modern seperti Indomaret, Gaint, Golden Market, Foodmart dan Carefour yang ada di daerah kabupaten jember untuk membeli produk terasi. Sementara yang menjadi sampel adalah konsumen yang berkunjung ke usaha terasi udang kelompok poklaksar dan pasar modern yang ada di daerah kabupaten jember untuk membeli produk terasi pada saat penelitian dilakukan dan bersedia untuk diwawancarai. Penelitian ini menggunakan dua responden yaitu responden konsumen dan responden perusahaan. Responden konsumen yang digunakan sebesar 100 responden dengan pertimbangan jumlah ini dianggap sudah memenuhi syarat, yaitu minimal 30 responden untuk penelitian deskriptif (Umar dan Husein. 2005).

Penelitian ini dilakukan dengan dua metode analisis yang pertama menggunakan metode analisis *Analytical Hierarchy Process* (AHP) menggunakan alat bantu perangkat lunak *Expert Choice* 2000 dan metode *Quality Function Deployment* (QFD) menggunakan alat bantu perangkat lunak *Microsoft Office Excel* dan *software QFD Designer V4 (2000)*. Metode *expert Choice*, yaitu penelitian dilakukan menggunakan suatu metode analisis untuk struktur sebuah masalah dan pengambilan keputusan atas suatu alternatif dengan cara melakukan wawancara beberapa orang pakar yang sesuai dengan bidangnya (Marimin 2005). Sedangkan untuk menganalisis kualitas produk terasi menggunakan metode QFD melalui matriks HOQ. Karena penelitian ini mengenai kualitas Terasi maka sumber data yang akan dijadikan sampel adalah orang-orang yang ahli (*expert*) dibidang pengolahan hasil perikanan. Pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan menggunakan skala lima peringkat (Skala Likert).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Kebijakan dengan Menggunakan *Analytic Hierarchy Process*

Analytic Hierarchy Process (AHP) merupakan suatu kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menggunakan perbandingan berpasangan dalam suatu diagram bertingkat yang umumnya dimulai dari fokus sasaran, kemudian kriteria pertama dilanjut dengan sub kriteria dan seterusnya. Adapun hasil analisis keputusan sebagai langkah kebijakan untuk memperbaiki Usaha Mikro Kelompok Poklahsar di Kecamatan Puger. *Focus* sasaran beserta kriteria kebijakan yang akan dipilih merupakan hasil dari diskusi dengan para pakar/*expert* yaitu Kepala Desa Puger dan Dinas Perindustrian Perdagangan dan Penanaman Modal yang merujuk pada permasalahan penelitian di lapangan. Dimana dalam susunan hirarki AHP pada penelitian ini terdiri dari 3 level. Level pertama menunjukkan fokus (*goal*) yaitu strategi pengembangan usaha mikro terasi puger, level kedua menunjukkan struktur hirarki kebijakan yang perlu diperhatikan dalam pengambilan keputusan dalam memilih *alternative*, level ke tiga adalah alternatif strategi yang akan di pilih untuk menentukan kebijakan apa yang akan diambil dalam memperbaiki pengembangan usaha pengolahan industri terasi di desa puger. Dapat dilihat pada Gambar 1. hasil pembobotannya dari pendapat *expert*.



Gambar 1. Hasil struktur *Analytical Hierarchy Process* (AHP) keputusan kriteria yang diinginkan pada produk yg akan dikembangkan.

Berdasarkan hasil di ketahui bahwa nilai kriteria kebijakan yang paling tinggi adalah peningkatan pendapatan dengan nilai 0,731 di ikuti dengan pemanfaatan potensi perikanan dengan nilai 0,188 dan peningkatan pengembangan teknologi dengan nilai 0,081.

Sedangkan bobot tertinggi pada nilai alternatif strategi adalah strategi pasar yang luas dengan nilai 0,719 di ikuti dengan alternative strategi pasar modern dengan nilai 0,208 dan yang terakhir strategi pasar tradisional dengan nilai 0,073.

Hubungan Antara Kriteria Kebijakan Dengan Sasaran (*Goal*)

Hubungan Kriteria Kebijakan dan sasaran dalam struktur hirarki AHP. Kriteria kebijakan yang dianggap paling penting dalam Kebijakan Pengembangan Usaha Mikro Kelompok Poklahsar Terasi Udang adalah Peningkatan Pendapatannya dengan nilai Bobot 0,731. Dengan melihat nilai bobot yang tertinggi pada hasil analisis AHP maka dapat diambil keputusan Kriteria Peningkatan Pendapatan yang menjadi prioritas Pengembangan Usaha Mikro Kelompok Poklahsar Terasi Udang.

Hubungan Antara Alternatif Kebijakan dengan Kriteria Kebijakan

Hubungan Antara alternatif kebijakan dengan kriteria kebijakan. Pada kriteria kebijakan Peningkatan Pendapatan, Strategi Pasar yang Luas merupakan alternatif kebijakan yang paling Mempengaruhi dengan nilai bobot 0,518. Sehingga di butuhkan pengembangan produk yang mampu memiliki pangsa pasar yang luas.

Identifikasi Persyaratan Konsumen

Persyaratan konsumen digunakan untuk mengetahui bagaimanakah penilaian konsumen terhadap atribut yang diproduksi oleh usaha mikro kelompok poklaksar terasi udang puger kulon. Langkah pertama yang harus disusun dalam membangun matriks HOQ. Persyaratan konsumen ini menyusun tembok rumah sebelah kiri. Dari persyaratan konsumen ini dapat diketahui hal-hal apa saja yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen.

Persyaratan pertama konsumen yang dapat diidentifikasi adalah rasa. Rasa dalam penelitian ini dianggap sebagai tanggapan indra terhadap rangsangan syaraf indra pengecap. Rasa terasi adalah tingkat kelezatan dari sebuah produk terasi puger ketika dikonsumsi. Konsumen memberikan penilaian yang sangat baik terhadap rasa terasi udang asli puger kulon. Tanggapan ini merupakan implikasi dari rasa khas terasi udang yang diberikan oleh produk udang asli puger kulon yang dimiliki, akan tetapi rasa seringkali berubah-ubah untuk itu perusahaan harus menjaga cita rasa yang telah ada.

Persyaratan kedua adalah aroma berkaitan dengan indera penciuman bau aroma yang terhirup ketika mencium aroma terasi puger tersebut, diharapkan aroma yang segar, tidak tengik dan tidak tajam menambah nilai tambah pada terasi sehingga pada saat konsumen mengkonsumsi tidak mencium aroma yang tidak sedap adapun penilaian tingkat kepuasan yang diberikan oleh konsumen tidak baik.

Persyaratan ketiga adalah warna bahan tambahan yang di gunakan pada terasi sebaiknya tidak menggunakan pewarna buatan yang mengandung zat kimia yang dapat mengganggu kesehatan konsumen, terasi udang asli puger kulon sendiri tidak menggunakan pewarna sehingga warna yang ada alami dari bahan baku terasi tersebut sehingga tidak mengganggu kesehatan konsumen, warna terasi yang baik yaitu warna coklat kemerahan, warna spesifik jenis.

Persyaratan keempat adalah harga sejumlah nilai yang dikenakan untuk membayar produk. Harga akan dianggap baik apabila harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk, maupun dari segi harga apabila dibandingkan dengan harga produk sejenis dengan produk terasi lainnya. Penilaian responden terhadap harga terasi rasa udang asli puger kulon baik, hal ini karena harga tersebut dinilai sesuai dengan kualitas rasa produk. Dan diharapkan ada suatu ukuran kemasan saset pada produk terasi puger sehingga konsumen tidak perlu beli dengan ukuran yang besar yang menimbulkan

harga menjadi lebih besar.

Persyaratan kelima ukuran adalah menunjukkan besar kecilnya satuan ukuran per item produk sehingga keragaman dan variasi banyaknya pilihan jenis ukuran yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menarik minat konsumen. Bahwa ukuran produk yang sesuai penting bagi konsumen karena dengan ukuran terasi yang bisa satu kali pakai dalam setiap pengolahan memudahkan konsumen sehingga tidak repot menyimpan sisa nya, ukuran yang pas buat terasi yaitu ukuran kecil dengan berat 4,5 gram. Semakin banyak variasi ukuran yang ditawarkan, maka semakin banyak alternatif pilihan konsumen untuk menentukan pilihan membeli. Untuk penilaian tingkat kepuasan konsumen terasi udang asli puger kulon sendiri masih cukup baik karena masih menggunakan ukuran 1 kg, ½ kg dan ¼ kg belum ada ukuran yang satu kali pakai pengolahan dengan berat 4,5 gram sehingga di butuhkan penambahan ukuran yang satu kali pakai yaitu 4,5 gram.

Persyaratan Keenam Kemasan adalah bagian terluar yang membungkus suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk dari cuaca, guncangan, benturan-benturan terhadap benda asing dan menjaga mutu kesehatan produk. Untuk penilaian tingkat kepuasan konsumen terasi udang asli puger kulon sendiri cukup baik dikarena kemasan yang digunakan masih menggunakan bahan plastik tipis biasa, masih ada udara yang keluar tidak rapat karena belum menggunakan teknologi sehingga di butuhkan kemasan yang lebih baik lagi guna meningkatkan kualitas produk terasi udang asli puger kulon.

Persyaratan Ketujuh Komposisi adalah bahan-bahan kandungan bahan baku pengolahan terasi yang bercampur sehingga menjadi sebuah produk dan yang sesuai dengan dinas kesehatan yang di anjurkan. Untuk penilaian tingkat kepuasan konsumen terasi udang asli puger kulon sendiri cukup baik dikarena komposisi bahan baku belum tertera di dalam kemasan dan belum ada ijin P.IRT yang tertera dari dinas kesehatan sehingga komposisi masih sangat perlu perbaikan.

Persyaratan Kedelapan Kadaluarasa adalah batas waktu dimana makanan masih boleh di konsumsi, dalam hal ini sangat penting bagi pengusaha untuk mencantumkan tanggal kadaluarasa sehingga konsumen terlindungi. Untuk produk terasi udang puger kulon masih belum mencantumkan label tanggal kadaluarasa sehingga masih perlu perbaikan pemberian pelabelan tanggal kadaluarasa.

Persyaratan kesembilan Siap Pakai (kematangan) adalah kebersihan makanan serta terhindar dari benda asing. Kemudian ditambah kehygienisan produk terasi puger siap pakai dengan kematangannya sehingga terbebas mikroorganisme yang dapat menyebabkan penyakit. Kinerja yang telah dilakukan oleh pengusaha terasi udang asli puger kulon terhadap kehygienisan dan kematangan ini masih tidak baik sehingga di butuhkan perbaikan lagi dalam kehygienisan kematangan produk terasi udang asli puger kulon. Selanjutnya Label Kesehatan (P.IRT) adalah sertifikat kesehatan Produksi Pangan

Industri Rumah Tangga yang harus tercantum dalam produk olahan makanan yang diedarkan di masyarakat demi keamanan dan kepercayaan konsumen. Untuk produk industri terasi udang puger kulon sendiri masih belum mencantumkan dan mendaftarkan produknya sendiri sehingga dibutuhkan label kesehatan (P.IRT) yang dapat menambah atribut kepentingan konsumen dan salah satu syarat untuk mampu menembus pemasaran produk terasi yang lebih luas yaitu dengan adanya label kesehatan (P.IRT). Persyaratan yang terakhir adalah Kemudahan memperoleh produk yaitu ketersediaan produk di pasar sehingga konsumen mudah untuk memperolehnya. Penilaian konsumen terhadap kinerja kemudahan memperoleh masih cukup baik sehingga perlu perbaikan lagi menuju yang lebih baik dengan cara memperbaiki atribut-atribut produknya yang masih kurang sehingga konektivitas dan aksesibilitas pemasarannya lebih luas.

Pengembangan Matriks Hubungan antara Persyaratan Konsumen (What) dan Persyaratan Teknik (How)

Dari hasil analisis dapat dilihat bahwa antara atribut mutu produk dan persyaratan teknik, memiliki hubungan kuat, hubungan sedang dan hubungan yang lemah atau tidak berhubungan. Contoh hubungan kuat terjadi antara rasa dengan proses penyiapan produk mulai dari kualitas bahan baku, penanganan bahan baku, pemasakan, pemberian garam, pengeringan, fermentasi hingga pengemasan. Kualitas bahan baku dengan tingkat kesegaran yang baik, penanganan bahan baku sesuai dengan tahapan-tahapan udang di sortir terlebih dahulu, dibersihkan sebelum diolah, pemasakan yang benar dan sesuai standar serta proses pemasakan dengan menggunakan komposisi bahan-bahan yang pas dapat menghasilkan khas cita rasa yang enak. Contoh hubungan yang sedang terjadi antara harga dengan penanganan bahan baku, pemasakan, pemberian garam, pencetakan sesuai ukuran, pematangan dan distribusi. penanganan bahan baku dengan tahapan-tahapan yang sesuai dan baik mulai dari pemasakan, pemberian garam, pencetakan, pematangan mempengaruhi harga karena mempengaruhi nilai gizi, kondisi bahan bakuhingga menjadi produk terasi terus menjaga kualitas mutu dan tahapan pengolahannya yang sesuai. Contoh hubungan yang lemah terjadi antara warna dan penanganan bahan baku. Hal ini berkaitan dengan kondisi cara penanganan bahan baku terasi puger yang tidak menggunakan bahan pewarna tambahan sehingga warna tetap alami. Contoh hubungan yang lemah juga terjadi antara pematangan dan warna. Persyaratan konsumen yang tidak memiliki hubungan sama sekali adalah pemberian garam dengan kemasan. Proses pemberian garam tidak dipengaruhi oleh kegiatan pengemasan melainkan hanya dipengaruhi oleh bagaimana proses pengemasannya.

Mengembangkan Matriks Hubungan antar Persyaratan Teknik (How)

Berdasarkan wawancara dengan Pengusaha

Usaha Mikro Kelompok Poklahsar di Kecamatan Puger dapat diketahui hubungan antar persyaratan teknik.

Hubungan positif kuat merupakan hubungan searah yang sangat kuat. Apabila satu karakteristik proses mengalami peningkatan, akan berdampak kuat terhadap karakteristik proses lainnya. Contoh hubungan antar persyaratan teknik yang memiliki hubungan positif kuat adalah penanganan bahan baku dengan kualitas bahan baku. Hal ini karena kualitas bahan baku yang baik menyebabkan bahan baku butuh perlakuan yang sesuai dengan tahapan SOP sehingga mutu produk tetap selalu terjaga, atau dengan kata lain kualitas bahan baku juga berhubungan dengan proses pengolahan yang berkualitas. Hubungan positif kuat juga terjadi pada pemberian garam dan pemasakan, pemberian garam yang sesuai mengefektifkan pemasakan.

Hubungan positif lemah juga merupakan hubungan yang searah. Namun dampak yang dihasilkan tidak terlalu kuat. Contoh hubungan antar persyaratan teknik yang memiliki hubungan positif lemah adalah hubungan antara pemasakan dan fermentasi. Karena dengan pemasakan yang tepat akan mempercepat proses fermentasi. Hubungan positif lemah juga terjadi pada penumbukan dan pengeringan, semakin halus penumbukan yang dilakukan maka akan mempercepat proses pengeringan.

Hubungan negatif merupakan hubungan yang berlawanan arah. Apabila suatu karakteristik mengalami peningkatan maka karakteristik proses lainnya akan mengalami penurunan. Contoh hubungan antar persyaratan teknik yang memiliki hubungan negatif lemah adalah fermentasi dengan distribusi. Hal ini berkaitan dengan keadaan penyimpanan fermentasi produk terasi yang lama sehingga menyebabkan distribusi pemasaran produk terasi udang asli puger kulon menjadi terhambat. Hubungan negatif kuat tidak terjadi antara persyaratan teknik pengusaha terasi udang asli puger kulon. Selain memiliki hubungan positif dan negatif, juga terdapat tidak ada hubungan antara persyaratan teknik. Contoh persyaratan teknik yang tidak memiliki hubungan adalah penanganan bahan baku dengan pencetakan sesuai ukuran.

Mengembangkan Prioritas Persyaratan Konsumen Tingkat Kepentingan Konsumen

Persyaratan konsumen yang sangat penting keberadaannya atau mutlak harus ada dalam suatu Produk Terasi adalah rasa, harga, Kemasan, Label Kesehatan (P.IRT) dan Kemudahan Memperoleh. Sedangkan persyaratan konsumen yang harus ada adalah Ukuran, Komposisi, Kadaluarsa dan Siap Pakai (Kematangan). Persyaratan konsumen yang boleh ada boleh tidak, adalah Aroma dan Warna.

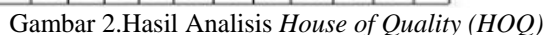
Nilai Sasaran Konsumen

Nilai sasaran ditentukan dengan mengevaluasi penilaian dari setiap persyaratan konsumen dan membuat pilihan baru untuk mempertahankan

Persyaratan konsumen yang dianggap perlu perbaikan dan ingin membuat produk lebih baik dari ABC dan Mama Suka adalah Aroma, Ukuran, Komposisi, kadaluarsa, Kemasan, Siap Pakai (Kematangan), Label Kesehatan (P.IRT) dan Kemudahan Memperoleh. Hal ini karena persyaratan konsumen tersebut dinilai lebih buruk dari Competitor ABC dan Mama Suka, sehingga Terasi Udang Kelompok Poklhasar ingin memperbaikinya karena konsumen sangat mementingkan Kualitas Produk.

Tahap akhir dalam mengembangkan matriks perencanaan adalah penentuan bobot absolut persyaratan konsumen. Bobot absolut persyaratan konsumen diperoleh dari hasil perkalian antara tingkat kepentingan konsumen dengan faktor skala kenaikan dan poin penjualan. Dari hasil prioritas bobot absolut persyaratan konsumen atribut-atribut yang diharapkan agar pemasaran produk terasi memiliki pangsa pasar yang lebih luas adalah yang pertama Label kesehatan (P.IRT). Kedua kemudahan memperoleh. Ketiga ukuran, kemasan, kadaluarsa dan siap pakai. Keempat aroma. Kelima rasa dan harga. Keenam komposisi dan yang ketujuh warna.

Bobot absolut persyaratan teknik diperoleh dari hasil perkalian antara tingkat kepentingan dengan nilai simbol pada matrik hubungan antara persyaratan konsumen dan persyaratan teknik. Dari hasil prioritas bobot absolut persyaratan teknik yang paling perlu diperbaiki untuk pasar yang lebih luas adalah yang pertama kualitas bahan baku. Kedua pemasakan. ketiga pengemasan. Keempat penanganan bahan baku. Kelima pengeringan. Keenam pematangan terasi. Ketujuh fermentasi. Kedelapan distribusi. Kesembilan pemberian garam. Kesepuluh pencetakan sesuai ukuran dan yang kesebelas penumbukan.



1) Berdasarkan hasil kriteria kebijakan dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang

paling sesuai dengan prioritas kepentingan pertama untuk pengembangan usaha kelompok poklhasr di kecamatan puger adalah peningkatan pendapatan. Sedangkan untuk strategi alternatif

- kebijakan yang paling sesuai untuk pengembangan usaha kelompok poklhas di kecamatan puger adalah strategi pemasaran untuk pasar yang lebih luas.
- 2) Desain yang paling sesuai agar pemasaran produk terasi memiliki pangsa pasar yang lebih luas yaitu ukuran terasi mulai dari berat 1 kg, ½ kg dan ¼ kg kemudian penambahan ukuran berat 4,5 gram sesuai dengan ukuran satu kali pakai, kemasan yang menarik, bahan sesuai standar dinas kesehatan (produk terbungkus rapat/kedap udara sehingga terjaga dan tidak berbau tajam), kadaluarsa mencantumkan batas waktu boleh dikonsumsi, Label kesehatan (P.IRT) mencantumkan nomor P.IRT pada kemasan sebagai bukti sertifikat kesehatan produksi pangan industri rumah tangga.
 - 3) Performa yang paling sesuai agar pemasaran produk terasi memiliki pangsa pasar yang lebih luas yaitu rasa yang khas terasa udangnya ketika dikonsumsi, aroma yang tidak tengik/berbau tajam, warna bahan tambahan tidak mengandung pewarna yang dapat mengganggu kesehatan sebaiknya alami dari bahan baku itu sendiri, harga (harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan), komposisi jelas tertera dikemasan tanpa bahan tambahan campuran seperti ikan, siap pakai (kematangan) terasi yang sehat higienis untuk dikonsumsi dan tidak mengandung histamine atau zat yang berbahaya, kemudahan memperoleh adanya memperluas distribusi ketersediaan produk untuk pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius, P. 2002, *Dasar - Dasar Pemasaran*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Aryansirdaus. 2012. SNI Terasi Udang. <http://sni.terasi.udang>. (Diakses tanggal 29 agustus 2015).
- Assauri, Sofjan. (2008). *Manajemen produksi dan operasi*, Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Astawan, M. 2009. Departemen Teknologi Pangan Dan Gizi IPB.
- Besterfield, Dale, H. (2003). *Total Quality Management*, 3rd Edition, Pearson. New Jersey.
- [BPS] Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember 2014.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal Kabupaten Jember 2014.
- Dinas Kesehatan Kabupaten Jember 2015.
- Evanila, Silvia dkk. 2010. *Implementasi Metode Quality Function Deployment (QFD) Guna Meningkatkan Kualitas Gula Kristal Putih*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Pertanian IPB.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Felice De F. Petrillo A. 2010. A Multiple Choice Decision Analysis: An Integrated Qfd – Ahp Model For The Assessment Of Customer Needs. *International Journal of Engineering, Science and Technology*. Vol.2, No.9, 2012, pp.25-38.
- Gaspersz, Vincent. 2008. *Total Quality Management*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Goetsch, David L. dan Davis, Stanley B. 2002. *Manajemen Mutu Total*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Intan Ratna K. (2006) Perencanaan kualitas produk terasi udang dengan menggunakan *metode quality function deployment (QFD)* (studi kasus di UD. Sunoto tuban). 8 September 2015.
- Juanda. 2009. Analisis Konseptual Good Corporate Governance. Naskah Publikasi Penelitian Dasar Keilmuan.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan. 2014. *Analisis Data Pokok Kementerian Kelautan dan Perikanan 2014*. Jakarta: Kementerian KKP.
- Kucukyazici G. Cerit B. Kalem. G. 2014. Quality Function Deployment and Its Application on a Smartphone Design. *Balkan Journal Of Electrical & Computer Engineering*. Vol.2, No.2.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- Kotler and Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium diterjemahkan Benyamin Molan, PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Marimin, 2004, *Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*, Grasindo, Jakarta.
- Marimin. 2005. *Sistem Pakar dalam Teknologi Manajerial*. IPB Press. Bogor.
- Marimin dan Muspitawati. 2002. *Kajian Strategi Peningkatan Kualitas Produk Industri Sayuran Segar*. Jurnal Teknologi dan Industri Pangan Fakultas Teknologi Pertanian. Vol. XIII, no. 3.
- Mutiara, Anggraeni. Desrianty, dan Tuniar. 2013. *Rancangan Meja Dapur Multifungsi Menggunakan Quality Function Deployment (QFD)*. Jurnal Teknik Industri Institut Teknologi Nasional. Vol. 1, no. 2.
- Nasution, M. N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)* Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Onder E. dan Y. Hande. 2011. *Optimization Of Product Design Through Quality Function Deployment And Analytical Hierarchy Process: Case Study Of A Ceramic Washbasin*. DOI:10.4305/METU.JFA.2011.1.1
- Persagi. 2009. *Tabel komposisi pangan indonesia*. Jakarta. PT elex media komputindo.
- Russel, R. S. dan B. W. Taylor. 2003. *Production and Operation Management*. Prentice Hall.
- Saaty, T. Lorie. 1993. Pengambilan keputusan bagi para pemimpin, proses hirarki analitik untuk pengambilan keputusan dalam situasi yang kompleks. Pustaka binama pressindo.
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha dan Ibnu Sukotjo. 2008. *Pengantar Bisnis Modern*. Edisi Keenam,. Yogyakarta.
- Suprpti. 2002. *Membuat Terasi*. Yogyakarta: Liberty
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Administrasi*. Cetakan Ke-18. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Spiegel, M, V, D. 2004. *Measuring Effectiveness of Food Quality Management*. PhD Thesis. Wageningen University. Netherland.
- Umar dan Husein. 2005. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.